浅谈新媒体时代的消防宣传策略

摘　要：如今我国步入了以信息化、自动化、数字化为主体的新媒体时代。新媒体时代的到来进一步推动了我国经济的快速发展，同时也给人们的日常生活带来了极大的便利，使人们轻松获取外界信息。新媒体时代的到来，不仅改革了传统纸质传播方式，同时使宣传的思路与渠道得到了进一步拓展，提高了宣传效率。近年来火灾事故仍比较频繁，新媒体消防宣传工作中仍存在许多问题，导致宣传效果并不明显，引起了消防部门的重视。新时期如何更好地利用新媒体加强消防宣传工作，成为当前消防部门关注的重点话题。本文分析了新媒体时代背景下消防宣传现状，并对宣传策略提出建议。

关键词：新媒体时代；消防宣传；现状；策略
中图分类号：G20　　**文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2017）07-116-02　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.07.042

■文 / 霍苗苗

近年来，随着时代的不断进步及科学技术的飞速发展，我国步入了以信息化、自动化、数字化为主体的计算机网络时代。新媒体时代的到来进一步推动了我国经济的快速发展，同时也给人们的日常生活带来了极大的便利，人们生活的各方各面受新媒体影响严重，特别是移动互联网的普及，使得人们足不出户就可以随时掌握外界信息。新媒体与传统媒体在传播方面的根本区别在于，传播速度极快、传播范围广、传播起来更便捷且影响力具大，因此成了消防宣传的主要载体与平台。新媒体时代的到来，不仅改革了传统纸质传播的消防宣传方式，同时使宣传的思路与渠道得到了进一步拓展，提高了消防宣传的效率。消防宣传的目的在于向公众普及消防科技知识，进行防火知识教育，以提高公众的消防安全素质，减少火灾对人民生命和财产安全的危害。然而，近年来火灾事故仍比较频繁，新媒体消防宣传工作中仍存在许多问题，导致宣传效果并不明显，引起了消防部门的重视。那么，新时期如何更好地利用新媒体加强消防宣传工作，成为当前消防宣传工作应该关注的焦点话题。

1. 新媒体时代背景下消防宣传现状

1.1 消防宣传意识不强，不重视消防宣传工作

众所周知，消防机构是一个特殊的机构，它存在的意义是为了服务于人民，尽可能地减少消防事故的发生。《消防法》就对消防宣传做出了明确的规定，指出消防宣传是各部门工作人员的基本职责，人人都要给予重视。纵观当前的消防宣传工作，不难发现部分消防单位对宣传工作仍缺乏正确认识，认为它的作用不大，不重视当前的消防宣传工作，形式主义作风较为严重。当前不少消防单位的宣传水平仅停留在做做表面功夫、为了完成上级任务的层面上，甚至有些单位在发生重大火灾后才给予重视，总是依赖事故教训来增强百姓的消防意识。还有些部门始终抱着事不关己，高高挂起的态度，认为消防宣传工作仅是消防机构的事，与他们无关，这样就使消防宣传工作陷入了一个死胡同里，即消防部门自己不重视，其它企事业单位更不关心。长期这样，便达不到预期的宣传效果与目标，使消防宣传工作的发展停滞不前。

1.2 消防宣传媒介较为单一，内容单调

传统媒体时代指的是以报刊、电视或广播为主要媒介的时代，而新媒体时代指的是以移动互联网、计算机技术、数字技术等为主要媒介的时代。新媒介与传统媒介相比更具有实效性、交互性及多样性，把它应用到消防宣传工作中，能大大提高传播效率。然而，受传统思想影响严重，我国的消防宣传仍处于主要以广播或报刊、电视宣传的水平上，并没有与时俱进，把一些先进的设备设施，应用到消防宣传的工作中来。21 世纪的民众喜欢新鲜的事物，喜欢科技与网络，特别对大部分青少年来说，互联网就是他们的“命”。用单一老套的宣传策略与方法进行消防宣传，跟不上新时期受众的信息阅听习惯。例如目前大部分工厂的消防宣传工作仍处于悬挂横幅或宣讲的层次上；学校的消防宣传工作也还只是用讲座和发图册的形式在进行，这与受众的阅听习惯及新媒体时代的发展趋势相违背，宣传效果自然不尽人意。

1.3 消防传播模式较为落后，缺乏时代感

随着科学技术的迅速发展，微博、微信、QQ 等新媒体平台映入人们眼帘，且逐渐影响着人们的生活。微信、微博等平台是新媒体时代的一项新信息传播技术，且渐渐发展成为新媒体时代下主要的信息传播方式。然而，许多消防部门并没有抓住这一机遇，消防传播模式仍比较落后，还停留在报纸版面、广播专栏、新闻播报等形式上，缺乏实效性及时代感。现今民众大都人手一机，且低头族较多，还是以挂横幅、发宣传单的形式进行消防宣传，根本无法引起年轻人的重视，甚至产生抵触心理。这样一来，使得消防宣传工作达不到预期的效果，缺乏新媒体时代应有的时代感。

1.4 新媒体人才不足，机制不健全

消防宣传人员的综合素质及业务水平与宣传效果有着直接的联系。消防宣传媒介较为单一、内容单调、传播模式落后，这些现象足以说明当前消防宣传队伍中新媒体人才缺乏。要想做好消防宣传工作，其实需要采访写作、照相摄像、后期编辑、平面设计等各方面专业性人才，由于复合型人才缺乏，导致消防宣传工作中运用新媒体的能力有限、手段有限，跟不上时代发展脚步，还没有形成规范化的消防宣传格局。其次，消防宣传相关工作机制不健全。例如，没有制定严格的入岗聘请制度，导致消防宣传队伍参差不齐。又如没有构建健全的舆论危机机制，使得新媒体传播起到了反作用，群众看到的都是百姓自己随机拍摄的一些火灾或者亡人事故，由于缺乏正面的舆论引导，反而因为新媒体的盛行而对消防宣传工作造成了严重的负面影响，从而影响消防队伍的正面形象。

2. 新媒体时代的消防宣传策略

2.1 树立新媒体意识，善于利用新媒体

新媒体时代的到来，标志着人们的生活从此将发生较大的变革，它使得信息传播更为便捷、快速，传播手段也多种多样。这不仅给消防宣传工作提供了更大的发展空间，同时也使其传播效率上升好几个台阶。为此，面对新的发展形势，消防机构要树立新媒体意识，将新媒体作为一个新的重要的宣传平台，善加利用，用更高效更便捷的宣传方式，来提高民众的消防安全意识，学习到更多的消防安全知识。例如善于应用微信，通过微信提高民众的消防意识。谈及微信我想大家并不陌生，在短短的 6 年时间内其用户已接近 9 亿，可想而知它的威力有多大，通过微信传播信息可以达到事半功倍的效果。如今，许多机构已在微信上创建公众服务平台，透过平台可以向已关注的用户发送文字或图片等内容。那么消防机构也以此为切入点，善于利用新媒体，创建微信公众号，以图文并茂的形式每天向关注的用户发送消防安全常识及消防相关法律法规。同时，民众也可以在该公众号上提问，这样不仅互动性有所增强，且宣传效果也会日益凸显。另外，也可以创建一个消防内容的 APP，可以了解消防知识，举报消防隐患以及违法单位或个人，了解火灾形势，甚至可以网上查询建设工程消防审核验收的审批进度或验证《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》的编号真假等，实现一系列便民利民的措施。

2.2 拓宽渠道，创新宣传模式

如今，在时代进步的推动下，人们生活水平得到了很大的改善，媒介素养及信息品鉴能力也越来越高。传统较为老套、单一枯燥的宣传方式让受众感到厌倦，他们更青睐于娱乐化的信息接收过程。为此消防机构应该抓住受众这一心理特征，充分利用现代传播媒介，并通过拓宽渠道，创新宣传模式来提高受众的关注度。消防机构可从以下几方面努力，竭力创造受众喜闻乐见的宣传形式：其一，与游戏设计单位合作，制作消防常识手机游戏来吸引受众关注度，从而提高其消防意识。其二，紧跟时代步伐，以视频的形式进行消防宣传。例如制作消防公益小广告、拍消防宣传微电影或宣传片、影院开播电影前播放简短的消防安全视频等。其三，充分利用受众喜爱的微博、QQ 及微信等平台进行消防宣传，通过创建消防交流 QQ 群或创设消防微信公众号等形式，加大消防宣传力度。其四，充分利用先进的新媒体资源。如地铁移动电视、公交移动视频、商场 LED 大屏幕等。当然，传统的消防宣传方式也不能丢，毕竟消防宣传也同样要面对不同年龄阶段的受众人群。

2.3 培养新媒体人才，健全工作机制

消防机构要想从源头上提高其工作效率，必须注重新媒体人才的培养，努力构建一支高质量、高水平的消防宣传队伍。首先，制定严格的入岗聘请制度，尽可能地引入高素质、复合型人才加入到消防队伍中来。同时，要适当调配警力完善宣传队伍编制，确保有充足的人员投入到消防宣传工作中。其次，加强消防宣传人员专业知识及技术培训，从而提高其消防安全意识、责任意识，并进一步提高其应对突发事件及舆情的能力。再次，在工作经费上给予高度支持，使他们能够灵活掌握或应用现代化的宣传设备，从而使其宣传手段变得多样化，与受众喜好相符。最后，健全工作机制，从而规范其行为，提高其能力。例如制定明确的岗位责任制度，提高责任意识；构建新媒体安全预警机制，避免火灾等舆情事件对社会带来负面影响，提高其危机事件处理能力；完善奖惩及绩效考核机制，提高对消防宣传工作的积极及主动性；完善消防宣传相关管理制度，从而形成规范化的工作格局。媒

参考文献

[1] 章元春 . 新媒体时代创新消防宣传新机制的研究 [J]. 消防技术与产品信息，2016（04）.
[2] 高圆圆 . 新媒体时代消防宣传面临的挑战、趋势与应对策略 [J]. 新闻传播，2016（16）.
[3] 刘少俭 . 谈新媒体时代消防宣传教育方式的多样化 [J]. 新闻传播，2014（08）.
[4] 刘志芬 . 新媒体时代消防新闻宣传工作的发展路径探析 [J]. 新闻传播，2016（12）.

（作者单位：长春市公安消防支队防火监督处宣传科）